

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis hotel di Indonesia saat ini semakin berkembang, mulai dari hotel berbintang satu hingga berbintang lima, baik hotel yang berkembang di kota kecil maupun kota besar. Dunia pariwisata mampu memberikan keuntungan yang cukup tinggi, sehingga mampu mensejahterakan masyarakat sekitar serta mempengaruhi pendapatan negara. Dunia pariwisata juga berdampak baik masyarakat, serta juga mampu memberikan peluang kerja bagi masyarakat.

Hotel bukan termasuk dalam obyek pariwisata melainkan sarana pada bidang kepariwisataan, sehingga manajemen membutuhkan kerja sama dengan pihak lain agar bisa dipromosikan supaya mudah diketahui oleh calon tamu. Misalnya bekerjasama dengan tempat rekreasi, tour travel, dan hiburan. Dengan strategi ini diharapkan penjualan jasa perhotelan dapat lebih ditingkatkan, karena para wisatawan selain berwisata pasti akan membutuhkan hotel sebagai tempat beristirahat pada malam harinya.

Bisnis di bidang jasa terutama perhotelan mengalami pertumbuhan yang pesat kota Yogyakarta. Yogyakarta juga merupakan kota wisata selain dikenal sebagai kota pelajar. Yogyakarta memiliki berbagai objek dan tempat yang menarik untuk dikunjungi para wisatawan lokal ataupun mancanegara baik beragama muslim ataupun nonmuslim, pada saat berkunjung di Yogyakarta tentunya wisatawan akan membutuhkan tempat menginap. Sehingga usaha

di bidang wisata terutama hotel mengalami persaingan yang ketat, salah satunya dengan usaha meningkatkan kenyamanan dan jumlah kamar hunian. Oleh karena itu usaha yang bergerak dalam bisnis perhotelan dituntut agar bisa bersaing sehingga mampu bertahan dari ketatnya persaingan. Tahun 2016 - 2017 jumlah hotel di Yogyakarta adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah akomodasi Hotel di Provinsi D.I. Yogyakarta (BPS, 2018)

Kabupaten/Kota	Hotel Bintang		Hotel Non Bintang	
	2016	2017	2016	2017
Kulon Progo	-	-	26	24
Bantul	1	1	265	251
Gunung Kidul	1	2	69	73
Sleman	32	32	354	358
Kota Yogyakarta	55	82	362	356
Total	89	117	1076	1062

Jumlah hotel berbintang dari tahun 2016 sampai 2017 mengalami peningkatan. Menurut BPS (2018) jumlah hotel berbintang pada tahun 2016 berjumlah 89 dan ada tahun 2017 berjumlah 117. Sedangkan pada hotel non bintang mengalami penurunan yakni pada tahun 2016 berjumlah 1076 dan pada tahun 2017 berjumlah 1062. Setiap hotel memiliki fasilitas dan pelayanan yang berbeda yang dijadikan sebagai standarisasi. Sebagian hotel di Indonesia belum memperhatikan sertifikat halal dengan tidak memperhatikan identitas konsumen yang berkunjung, masih adanya olahan makanan yang mengandung unsur babi dan bahan non halal lainnya, menyediakan minuman keras, dan tidak adanya penunjuk arah sholat. Berikut merupakan jumlah tamu yang menginap di hotel Provinsi D.I. Yogyakarta pada tahun 2013 hingga tahun 2017 :

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi D.I. Yogyakarta pada tahun 2013 – 2017 (BPS, 2018)

Tahun	Hotel		Jumlah
	Berbintang	Non Bintang	
2013	1.241.262	2.569.382	3.810.644
2014	1.481.946	2.395.825	3.877.771
2015	1.697.748	2.359.168	4.056.916
2016	2.051.033	2.356.505	4.407.539
2017	3.961.279	2.893.628	6.854.907

Jumlah tamu yang menginap di hotel 2013 hingga tahun 2017 mengalami peningkatan jumlahnya dari 3.810.664 (Tahun 2013) menjadi 6.854.907 (Tahun 2017). Bagi hotel yang ada di Yogyakarta baik hotel berbintang ataupun *nonbintang* yang didalamnya sudah termasuk hotel syariah dan konvensional harus meningkatkan kualitas masing-masing hotel karena semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta.

Pada saat sekarang ini, masyarakat yang beragama Islam sudah memiliki kesadaran dalam memilih tempat untuk menginap. Masyarakat muslim dengan perekonomian menengah lebih tertarik terhadap hotel yang dapat menyajikan ketenangan dalam melakukan aktifitas ibadah, seperti tersedianya tempat untuk beribadah, lingkungan yang menggambarkan suasana islami dan makanan yang disediakan di restorannya terjamin halal (Kurniawati, 2017:23). Ternyata kesempatan ini dimanfaatkan oleh pengusaha perhotelan dengan cara mendirikan hotel syariah.

Didirikannya hotel syariah diharapkan bisa membawa visi yaitu membersihkan jiwa masyarakat baik secara kolektif maupun individual dari adanya fitnah, gharar, maksiat, dan sebagainya. Istilah syariah digunakan untuk menunjukkan penerapan sistem Islami dalam melakukan aktivitas ekonomi.

Dampak yang dihasilkan terlihat mulai menyebar di berbagai sektor bisnis. Dimulai pada tahun 1992 didirikannya Industri Perbankan Syariah, lalu diikuti oleh sektor lain seperti Pegadaian Syariah, Asuransi Syariah, dan kini mulai muncul trend Hotel Syariah dan Wisata Syariah sejak tahun 2013.

Banyaknya masyarakat beragama muslim yang menetap di Indonesia maka akan ada banyak masyarakat muslim yang akan menginap di hotel syariah, hal ini akan memberikan dampak positif terhadap bisnis hotel syariah. Namun ada beberapa faktor eksternal dan internal yang membuat perkembangan bisnis hotel syariah di Yogyakarta cenderung tidak terlalu signifikan serta sepi pengunjung, oleh karena itu peneliti ingin meneliti hotel di Yogyakarta untuk mengetahui apa saja yang membuat hotel syariah di Yogyakarta cenderung memiliki peningkatan yang kurang signifikan. Oleh karena itu peneliti mengambil beberapa faktor eksternal dan internal dari peningkatan bisnis Hotel Syariah . Dalam penelitian ini ada lima variabel yang akan digunakan yaitu variabel budaya, sosial, pribadi, psikologi, dan religius.

Faktor Budaya merupakan faktor mendasar dan sebagai penentu yang mempengaruhi keinginan dan perilaku seseorang, budaya terdiri dari persepsi, nilai, keinginan, norma-norma dari masyarakat dan perilaku dasar yang secara terus menerus dipelajari individu dari suatu masyarakat (Bahri, 2015:35)..

Faktor sosial merupakan faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam konsumsi, beberapa kelompok keanggotaan merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, rekan kerja yang berinteraksi secara terus menerus dan informal. Kelompok referensi (acuan

seseorang) terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku atau sikap orang tersebut. Kelompok keaggotaan memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang (Bahri, 2015:36).

Faktor Pribadi adalah faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembeli seperti kepribadian yaitu ciri bawaan psikologis seseorang yang khas yang menghasilkan tanggapan relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Keputusan konsumen dipengaruhi juga oleh karakteristik pribadi diantaranya usia, pekerjaan, gaya hidup, dan konsep diri. Faktor pribadi juga menjadi pengaruh konsumen untuk memutuskan menginap di hotel (seperti pekerjaan seseorang yang dapat mempengaruhi barang atau jasa yang mereka beli) (Bahri, 2015:37).

Psikologis merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan keputusan pembelian, diantaranya ada 4 faktor psikologi yaitu persepsi, pembelajaran, motivasi, serta sikap dan keyakinan. Setiap orang mempunyai banyak kebutuhan pada waktu tertentu karena kebutuhan setiap orang tidak terbatas. Faktor psikologis juga menjadi pengaruh konsumen untuk memutuskan memilih untuk menginap di hotel syariah seperti keyakinan seseorang tentang sesuatu (Bahri, 2015:39).

Faktor religius merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian, religius yaitu aspek rohani yang dimiliki oleh setiap manusia dan sangat ditaati sebagai pedoman hidup. termasuk praktek dalam memilih tempat menginap yang baik baik dan

nyaman. Dengan demikian religius lah yang mendorong seseorang untuk berfikir, bersikap, bertingkah laku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agama yang dianut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahadi dkk (2016) dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap Hotel Syariah Sofyan. Hasilnya diketahui bahwa ada 7 variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen terhadap citra hotel syariah, pengetahuan, layanan pelanggan, proses, lokasi, serta fasilitas dan religiusitas. Variabel yang memiliki pengaruh positif yaitu proses, pengetahuan, citra hotel, fasilitas, dan lokasi sedangkan variabel yang memiliki pengaruh negatif yaitu religiusitas dan layanan pelanggan. Variabel lokasi memiliki peluang paling besar. Sudah cukup baiknya persepsi responden terhadap hotel syariah. Atribut pengetahuan merupakan atribut yang memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan atribut lainnya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widyarini (2014) dalam penelitiannya yang berjudul variabel yang mempengaruhi keputusan pemilihan hotel syariah. Hasilnya diketahui bahwa persepsi tamu hotel terhadap tarif, proses, dan produk tidak memiliki pengaruh kepada keputusan tamu hotel dalam menginap. Sedangkan pelayanan, sarana fisik, lokasi, dan iklan memiliki pengaruh pada keputusan dalam menginap

Dalam penelitian ini variabel yang dipilih yaitu variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis, dan religius sebagai fokus dari penelitian. Penelitian yang difokuskan pada variabel tersebut karena diduga variabel-variabel tersebut

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih hotel syariah.

Dengan demikian, peneliti memilih hotel syariah di Yogyakarta sebagai objek penelitian dan hotel yang akan diteliti yaitu Hotel Limaran Syariah dan Family Syariah. Pemilihan Hotel Limaran Syariah sebagai objek penelitian dikarenakan hotel ini terletak di pusat kota dan dikelilingi oleh objek wisata sehingga wisatawan akan lebih mengutamakan memilih hotel ini karena memudahkan dalam akses ke beberapa destinasi wisata. Sedangkan Hotel Family Syariah dipilih karena lokasinya dekat dengan tempat wisata namun bukan di pusat kota sehingga memudahkan akses ke tempat wisata yang diinginkan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka penelitian penelitian ini bertujuan untuk :

1. Apakah faktor budaya mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel syariah?.
2. Apakah faktor sosial mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel syariah?
3. Apakah faktor pribadi mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel syariah?
4. Apakah faktor psikologi mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel syariah?

5. Apakah faktor religius mempengaruhi keputusan tamu dalam memilih hotel syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka penelitian penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menyelidiki persepsi tamu hotel mengenai budaya berpengaruh terhadap keputusan tamu dalam memilih Hotel Syariah.
2. Menyelidiki persepsi tamu hotel mengenai sosial berpengaruh terhadap keputusan tamu dalam memilih Hotel Syariah.
3. Menyelidiki persepsi tamu hotel mengenai pribadi berpengaruh terhadap keputusan tamu dalam memilih Hotel Syariah.
4. Menyelidiki persepsi tamu hotel mengenai psikologi berpengaruh terhadap keputusan tamu dalam memilih Hotel Syariah.
5. Menyelidiki persepsi tamu hotel mengenai religius berpengaruh terhadap keputusan tamu dalam memilih Hotel Syariah.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis

Bagi lingkungan pendidikan, untuk perluasan khasanah teori dan penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tamu hotel.

2. Secara praktis

Sebagai referensi dalam merumuskan strategi yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik dimasa yang akan datang.